

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti atas pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan dan privasi terhadap aplikasi teknologi *internet banking*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Bank khususnya Bank BCA agar dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat dan mudah bagi para nasabahnya. Objek dari penelitian ini adalah pada nasabah Bank BCA yang telah menggunakan *internet banking*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara langsung dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan dan privasi terhadap aplikasi teknologi *internet banking* berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

Kata Kunci: Persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, keamanan dan privasi dan aplikasi teknologi *internet banking*.

ABSTRACT

The study aims to obtain evidence of the influence of perceived ease, confidence, security and privacy of internet banking technology applications. The results of this study are expected to contribute to the Bank, especially Bank BCA in order to deliver services faster and easier for its customers. Object of this study was to BCA Bank customers who have used internet banking. The data used in this study is the primary data, and data collection carried out using questionnaires directly to the purposive sampling method. These results indicate that the perception of ease, trust, security and privacy of Internet banking technology applications affect customers using Internetbanking.

Keywords: Perception of ease of use, trust, security and privacy technology and internet banking applications.